

Gamifikácia ako nástroj na zlepšenie užívateľskej skúsenosti webových stránok: Psychológia, dizajn a konverzie v e-commerce

PhDr. Igor Fedorko, PhD.

Prešovská univerzita v Prešove,

Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu

Katedra marketingu a medzinárodného obchodu

Konštantínova 16, 080 01 Prešov

igor.fedorko@unipo.sk

PhDr. Jakub Horváth, PhD., MBA., MSc.

Prešovská univerzita v Prešove,

Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu

Katedra marketingu a medzinárodného obchodu

Konštantínova 16, 080 01 Prešov

jakub.horvath@unipo.sk

Abstrakt

Gamifikácia ako dizajnová stratégia v prostredí webových stránok a v e-commerce nadobúda čoraz väčší význam pri zvyšovaní používateľskej angažovanosti. Tento článok skúma prepojenie medzi hernými prvkami – ako sú odznaky, úrovne, progress bary či personalizovaná spätná väzba – a kľúčovými psychologickými mechanizmami motivácie. S využitím rámcov seba-determinačnej teórie a konceptu flow analyzujeme, ako tieto prvky ovplyvňujú UX, motiváciu a správanie používateľov. Článok zároveň upozorňuje na možné riziká nesprávnej implementácie gamifikácie a ponúka odporúčania pre jej efektívne a etické využitie v digitálnom dizajne.

Kľúčové slová

gamifikácia, používateľská skúsenosť, UX dizajn, e-commerce

Informácia

Táto práca je jedným z čiastkových výstupov aktuálne riešeného vedeckovýskumného grantu VEGA 1/0506/24 *Výskum aspektov procesu elektronického obchodu v dimenzii nákupného správania a preferencií spotrebiteľa s akcentom na princípy cirkulárnej ekonomiky*.

1. Úvod

V digitálnom veku sa používateľská skúsenosť (UX) stala kľúčovým faktorom úspechu webových platforiem a v e-commerce, pričom sa dizajnéri čoraz častejšie obracajú k inovatívnym metódam na zvýšenie angažovanosti. Jednou z najvýraznejších stratégií posledného desaťročia je gamifikácia – využitie herných prvkov v neherných prostrediach. Gamifikácia nie je len nástrojom na zábavu, ale silným psychologickým stimulom, ktorý dokáže ovplyvniť správanie používateľov, zvýšiť ich motiváciu, podporiť zotrvanie a zlepšiť mieru konverzie. Tento článok skúma prepojenie medzi gamifikačnými technikami a UX dizajnom webových stránok, pričom vychádza z teoretických základov, ako je seba-determinačná teória, koncept flow, a behaviorálna psychológia. Zároveň prináša pohľad na konkrétne dizajnérske prvky – odznaky, levely, spätnú väzbu či mikrointerakcie – ktoré spoločne formujú celkový zážitok používateľa.

2. Teoretický rámec

Definícia gamifikácie a význam UX vo webdizajne

Gamifikácia predstavuje použitie herných prvkov v neherných kontextoch, aby sa zvýšila motivácia a angažovanosť používateľov. V prostredí webových stránok sa využíva na optimalizáciu používateľskej skúsenosti (UX), čím sa dosahuje hlbšie zapojenie návštevníkov a zvýšenie konverzií (Zaheer, 2025). UX vo webdizajne je kľúčový faktor, ktorý ovplyvňuje spokojnosť používateľov, ich zotrvanie na stránke a návratnosť. Ako uvádzajú Oliveira a Hamari (2025), kvalitná UX v spojení s gamifikačnými stratégiami vedie k pocitu uspokojenia a zmysluplnosti, čím sa podporuje dlhodobé zapojenie.

Seba-determinačná teória (Ryan & Deci)

Seba-determinačná teória (SDT) od Ryana a Deciho vysvetľuje ľudskú motiváciu prostredníctvom troch základných psychologických potrieb: autonómie, kompetencie a vzťahovosti. V gamifikovaných systémoch tieto potreby nachádzajú prirodzené naplnenie – používateľ si volí svoje ciele (autonómia), sleduje pokrok a dosahuje úspechy (kompetencia) a interaguje v komunitách (vzťahovosť) (Hamari et al., 2025). Pri návrhu UX vo webovom prostredí gamifikácia priamo podporuje vnútornú motiváciu, čo výrazne zvyšuje pravdepodobnosť, že sa používateľ bude k obsahu opakovanne vracieť.

Flow (Csikszentmihályi) a jeho význam pri interakcii

Koncept "flow", zavedený Mihályom Csikszentmihályim, označuje stav hlbkej koncentrácie a pohltienia činnosťou, ktorá je náročná, ale zvládnuteľná. Gamifikované weby môžu tento stav vyvolať vtedy, keď sú správne vyvážené výzvy a schopnosti používateľa. Ako ukazuje Oliveira & Hamari (2025), používatelia v stave flow sú plne zapojení, čo zvyšuje ich spokojnosť a produktivitu. Výzvou dizajnéra UX je preto vytvoriť prostredie, ktoré udrží používateľa v stave „optimizovanej výzvy“, napríklad prostredníctvom úrovní, progres barov a odmien.

Behaviorálna psychológia v digitálnom prostredí

Behaviorálna psychológia skúma, ako vonkajšie stimuly ovplyvňujú správanie človeka. V kontexte digitálnych technológií sa jej princípy často využívajú pri návrhu webových rozhraní a gamifikovaných systémov. Zaheer (2025) vo svojej štúdii o behaviorálnom dizajne potvrdzuje, že pozitívna spätná väzba, progresívne ciele a mikroadmeny podnecujú opakované správanie. Ide o formu operantného podmieňovania, ktorá v digitálnom UX podporuje zmenu správania – napríklad častejšie prihlásenia, dokončenie úloh alebo zdieľanie obsahu.

3. Gamifikačné prvky a ich funkcia v UX

Odznaky, levely, progress bary a leaderboards

Odznaky (badges), levely, progress bary a leaderboards patria medzi najčastejšie používané gamifikačné mechanizmy v digitálnych UX systémoch. Tieto prvky poskytujú používateľom jasnú spätnú väzbu o pokroku, čím zvyšujú ich motiváciu pokračovať v aktivite. Podľa Fredrikssona (2024) progress bary posilňujú dojem z postupného dosahovania cieľov, čo vedie k vyššiemu sústredeniu a nižšej miere odchodu používateľov. Rebríčky využívajú sociálne porovnávanie a podporujú súťaživosť, no ako upozorňuje Platt-Young (2018), ich nesprávna implementácia môže viesť k frustrácii alebo demotivácii menej úspešných používateľov.

Personalizovaná spätná väzba

Personalizovaná spätná väzba hrá kľúčovú úlohu v UX gamifikovaných systémov. Nahmias et al. (2020) zdôrazňujú, že prispôbenie spätných väzieb podľa individuálnych preferencií používateľa zvyšuje dôveru, pocit autonómie a motiváciu. Tieto spätné väzby môžu mať rôzne formy – od notifikácií až po personalizované správy typu „Už si splnil 80 % dnešného cieľa!“. Ioannou et al. (2021) navyše dokazujú, že personalizované odmeny a spätné väzby posilňujú vnútornú motiváciu viac ako univerzálne generické oznámenia.

Mikrointerakcie s odmenou

Mikrointerakcie sú drobné momenty interakcie medzi používateľom a systémom, ktoré majú často veľký psychologický dopad. V gamifikácii sa mikrointerakcie spájajú s okamžitými vizuálnymi alebo zvukovými odmenami. Ako uvádza Sonney et al. (2022), tieto interakcie môžu byť rozhodujúcim faktorom pri budovaní pozitívnej emocionálnej spätnej väzby, najmä v mobilných aplikáciách. Helttunen (2022) ďalej upozorňuje, že kombinácia mikrointerakcií s odznakmi alebo pokrokovými animáciami významne zvyšuje angažovanosť používateľa.

Model gamifikácie



Zdroj: vlastné spracovanie

Záver

Gamifikácia predstavuje komplexný nástroj, ktorý môže dramaticky zlepšiť používateľskú skúsenosť na webových stránkach a v prostredí ecommerce, ak je implementovaný premyslene a v súlade s psychologickými princípmi. Kľúčové je pochopiť, že efektívna gamifikácia nie je len o bodovaní a odznakoch, ale o vytváraní zmysluplných interakcií, ktoré podporujú autonómiu, kompetenciu a prepojenie používateľov. Ako ukázali výskumy, prvky ako personalizovaná spätná väzba, vizualizácia pokroku či mikroodmeny môžu pozitívne ovplyvniť motiváciu a mieru návratu používateľov. Na druhej strane je nevyhnutné reflektovať aj možné riziká, ako sú frustrácia alebo nadmerná záťaž z kompetitívneho prostredia. Zodpovedný dizajn, založený na dôkazoch a testovaní, ostáva základom úspešnej gamifikácie v UX. Tento článok zároveň poukazuje na potrebu ďalšieho výskumu v tejto oblasti, najmä v kontexte rôznych typov používateľov a kultúrnych odlišností.

Zoznam bibliografických odkazov

1. Fredriksson, J. (2024). Leveling up Learning: Examining the Influence of Gamification on Micro-Learning.
2. Helttunen, S. (2022). Gamification's Impact on Intrinsic Motivation for Physical Activity.
3. Ioannou, A., Kitsi, A., & Maxim, R. (2021). Shifting to Digital: Gamification in Course Design.
4. Nahmias, Y., Feldman, D. K. D., Richter, G., & Raban, D. R. (2020). Games of Terms.
5. Oliveira, W., & Hamari, J. (2025). Flow Experience in Gameful Approaches: A Systematic Literature Review. *International Journal of Human–Computer Interaction*.
6. Platt-Young, Z. (2018). Design Recommendations for a Digital Social Skills Game.
7. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
8. Sonney, J., Cho, E. E., & Zheng, Q. (2022). Refinement of a Parent–Child Shared Asthma Management App.
9. Zaheer, S. (2025). Gamification in Event Tech: Enhancing Engagement through Behavioral Design. ResearchGate.